استخدامات وسائل الإعلام الرقمي وتأثيرها على بناء المنظومة القيمية للمجتمع العراقي (دراسة ميدانية على عينة من جمهور مدينة بغداد إنموذجا)

أ.م.د. عادل عبد الرزاق مصطاف م.د. زينة سعد نوشي

كلية الإعلام جامعة بغداد جامعة الفراهيدي الأهلية- قسم الإعلام

المستخلص

مع التطور الكبير الذي شهده الأنترنت، بدأ الحديث عن الإعلام الجديد ودلالاته وما يوفره من خدمات تفاعلية جعلت المستقبل للمادة الإعلامية مشاركا معها في بعض الأحيان وصانعا لها في أحيان أخرى ، وأصبح الجمهور يسعى للحصول على المعلومات واختيار المناسب منها، فضلا عن تبادل الرسائل مع المرسل بعد ما كان دور المستقبل هو مجرد تلقي المعلومات فقط ، وبذلك تتبلور مشكلة البحث في محاولة التعرف على الآثار السلبية والإيجابية لاستخدام وسائل الإعلام الرقمي على بناء المنظومة القيمية للمجتمع العراقي. ويهدف البحث الى بيان تأثيرات استخدام وسائل الاعلام الرقمي بمختلف أشكالها وأنواعها على بناء المنظومة القيمية للمجتمع العراقي عن طريق التعرف على الأهداف الأتية:

١. معرفة الوسائل الرقمية الأكثر استخداما بالنسبة للجمهور العراقي في حياته اليومية على شبكة الانترنت.

٢. معرفة حجم الاستخدام اليومي والأوقات المفضلة والأجهزة والأدوات الأكثر استخداما من الجمهور لهذه الوسائل الرقمية.

٣. بيان الغرض من استخدام المبحوثين للوسائل الرقمية.

٤. معرفة التأثيرات الايجابية والسلبية المترتبة على استخدام الوسائل الرقمية في المنظومة القيمية للمجتمع العراقي.

واستخدم الباحثان منهج المسح الوصفي التحليلي، ويتمثل مجتمع البحث بمستخدمي وسائل الاعلام الرقمية وبمختلف أعمارهم وعلى اختلاف تخصصاتهم العلمية والوظيفية والمهنية، وقد تم اختيارهم بطريقة العينة المتاحة وبلغ حجم العينة النهائية (٣٠٠) مفردة.

adel.razzaq@uobaghdad,edu.iq

وتوصل البحث الى عدد من النتائج من أهمها ان اكثر الوسائل الرقمية الاكثر استخداما في المجتمع العراقي هو الفيس بوك ويأتي بالمرتبة الثانية اليوتيوب ، كما اشارت النتائج ان اهم التأثيرات الايجابية لاستخدام وسائل الاعلام الرقمية هي انها ساعدت في البحث عن معلومات علمية جديدة، والاطلاع على اخبار البلد والانفتاح على الثقافات الأخرى، وتعريف الاخرين بثقافاتنا، أما أهم التأثيرات السلبية لاستخدام وسائل الاعلام الرقمية على المنظومة القيمية للمجتمع تمثلت في هدر الوقت، وزيادة الخلافات بين الاشخاص في الاراء وتعلم مهارات وكلمات دخيلة على المجتمع، فضلا عن التشجيع على اقامة علاقات غير شرعية مع الجنس الاخر، وبالتالي يظهر ذلك ان هناك تغييراً في المنظومة القيمية للمجتمع العراقي نتيجة لاستخدام تلك الوسائل الرقمية.

الكلمات المفتاحية: استخدام وسائل الاعلام الرقمية- بناء المنظمة القيمية- المجتمع العراقي- تأثيرها

Using of digital media and its effect on constructing the value system of Iraqi society

(Field study on a sample of the audience for the city of Baghdad model)

Asst. Prof.
Adel Abdul Razzaq Mustafa, Ph.D.
University of Baghdad
College of Mass Media

Instr.
Zeena Saad Noshi, Ph.D.
Al - Farahidi University
Media department

Abstract

With the great development in the field of the Internet, the talk about the new media and its implications began, And its interactive services have made the future of media material sometimes participating in it and manufacturing it at other times,

the public is seeking information and choosing the appropriate ones, as well as exchanging messages with the sender after what the role of the receiver is just receiving information only.

This study aims to demonstrate the effects of the using digital media in various forms and types to construct the value system of Iraqi society through the identification of the following aims:

1. *Identify the most popular digital media for the Iraqi public in their daily lives on the Internet.*
2. *Identify the size of daily use, favorite times, devices and tools most commonly*

used by the public for these digital means.

3. *Statement of the purpose of the use of digital media.*
4. *Identification the positive and negative effects of using digital means in the value system of Iraqi society.*

The researchers used the descriptive analytical approach. The population is the users of the digital media, but were read or audible or visible and of different ages and different scientific, functional and professional specialties, they were selected in the sample method available and the final sample (300) is single.

The research showed a number of results, most importantly, the most popular digital means in Iraqi society is Facebook and comes second in YouTube. The results also indicated that the most important positive effects of the use of digital media is that they have helped to search for new scientific information, to read the country's news, to open up to other cultures, and to introduce others to our cultures, whereas, the most important

negative effects of the use of digital media on the value system of society was wasting time, Increase dispute among people in opinions and learn skills and words extraneous to society, as well as encouraging the establishment of illegal relations with the opposite gender.

This shows that there is a change in the value system of Iraqi society as a result of the use of these digital means.

Keywords*: Using digital media, Constructing Value Organization ,* Iraqi society, its effect .

المقدمة

شهد العراق بعد عام ٢٠٠٣ انفتاحا كبيرا على تكنولوجيا المعلومات بعد حرمانه منها لسنوات طويلة، حتى يكاد اليوم لا يخلو بيت من أحد هذه الأجهزة المتطورة أو بعضها أو جميعها، مثل اجهزة الكمبيوتر والهواتف الذكية وغيرها، فضلا عن استخدام شبكة الانترنت ، ويتفق الكثير من العلماء على ان شبكات التواصل الاجتماعي بمختلف اشكالها وانواعها قد فتحت عصرا جديدا من الانفتاح الحضاري بين الشعوب، واسهمت بطريقة غير مسبوقة في عملية الاتصال والتواصل والتفاعل بشكل مباشر او غير مباشر بين جميع شعوب العالم وربطت اجزاء هذا العالم بفضائها الواسع ومهدت الطريق للمجتمعات كافة للتقارب والتعارف وتبادل الاراء والافكار.

وتعد القيم الاجتماعية اليوم واحدة من القضايا التي يدار حولها جدل كبير نتيجة التغيرات والمستجدات في العصر الحديث، و لاسيما مع تنامي موجات العولمة، وما رافقها من تطورات هائلة في مجال المعلوماتية، وظهور وسائل التواصل الرقمية بمختلف اشكالها وانواعها مما احدث تأثيرا

في النسيج الاجتماعي والثقافي للمجتمع عامة والنسق القيمي خاصة.[1](الزيود، ٢٠١١ ,ص١١).

وبذلك فقد أحدثت وسائل الاعلام الرقمية نقلة نوعية في العلاقات والتفاعلات الاجتماعية، مما يتطلب اعداد دراسات مستمرة على تأثيرات تلك الوسائل على مستوى المجتمع عامة وعلى الفرد العراقي خاصة في ظل ما يشهده المجتمع العراقي من تغيرات متسارعة في هذا المجال.

ويحاول هذا البحث استطلاع اراء الجمهور العراقي نحو تأثيرات استخدام وسائل الاعلام الرقمية على بناء المنظومة القيمية للمجتمع، سواء من ناحية ايجابية او سلبية بهدف الوصول الى نتائج واستنتاجات للحد من ذلك التأثير السلبي ومن اجل الاستخدام الايجابي لهذه الوسائل المهمة.

اولا: الاطار المنهجي للبحث

اولا: أهمية البحث

تكمن اهمية البحث في ضوء الدور الذي تؤديه وسائل الاعلام الرقمي في وقتنا الحاضر بالتأثير على العلاقات الاجتماعية والاسرية، فضلا عن تأثيراتها على قيم وسلوكيات مختلف افراد المجتمع في ظل تسارع انتشار استخدامها في المجتمعات وخاصة من فئة الشباب لما تتمتع به تلك الوسائل في نقل الافكار والاراء والثقافات بكل ابعادها سواء كانت ايجابية ام سلبية، والتي تؤدي بالتالي الى تغيير القيم والاتجاهات والتقاليد والاعراف السائدة في المجتمعات لاسيما المجتمعات العربية الاسلامية، وبذلك نجد تنوع دوافع الاستخدام واختلاف اغراضه واشكاله وبالتالي هناك تأثر بهذه التقنية وانعكاسها على المنظمة القيمية للمجتمع.

ثانيا: مشكلة البحث

تحظى وسائل الاعلام الرقمية بمختلف اشكالها وانواعها باهتمام كبير من قبل افراد المجتمع العراقي بدءا بمواقع التواصل الاجتماعي «الفيس بوك، واليوتيوب، وتويتر، وانستغرام، والسناب جات وغيرها» من المواقع والتطبيقات الرقمية التي تلقى اقبالا كبيرا بين افراد المجتمع العراقي كبارا وشبابا وصغارا.

واصبح الهدف الرئيس في هذه الوسائل اليوم هو تبادل الاراء والافكار ونقل المعلومات والصور والفديوات وغيرها وطرح المشكلات التي تواجه المجتمعات وتقديم المقترحات والحلول لها في عصر تتسارع فيه المتغيرات العالمية والذي يمكن ان نطلق عليه عصر العولمة المعلوماتية التي انعكست تأثيراتها بشكل كبير على المجتمعات الانسانية وثقافتها وانساقها القيمية السائدة. وبذلك تتبلور مشكلة البحث في محاولة التعرف على الاثار السلبية والايجابية لاستخدام وسائل الاعلام الرقمي على بناء المنظومة القيمية للمجتمع العراقي، عبر الاجابة على التساؤل الرئيس، ما هي الاثار المترتبة على استخدام وسائل الاعلام الرقمية على القيم الاجتماعية والسلوكيات لدى افراد المجتمع العراقي في مدينة بغداد ؟

ثالثا: اهداف البحث

يهدف البحث الى:

١. معرفة تأثير استخدام وسائل الاعلام الرقمي على بناء المنظومة القيمية والسلوكية لدى افراد المجتمع العراقي .
٢. معرفة اي الوسائل الرقمية الاكثر استخداما بالنسبة لافراد الجمهور العراقي في مدينة بغداد في حياته اليومية على شبكة الانترنت.
٣. معرفة حجم الاستخدام اليومي والاوقات المفضلة والاجهزة والادوات الاكثر استخداما من الجمهور لتلك الوسائل.
٤. بيان الغرض من استخدام المبحوثين لوسائل الاعلام الرقمي.
٥. معرفة مدى ثقة الجمهور بمضمون وسائل الاعلام الرقمي.
٦. معرفة التأثيرات الايجابية والسلبية المترتبة على استخدام تلك الوسائل في المنظومة القيمية للمجتمع.

رابعا: نوع البحث ومنهجه

ينتمي هذا البحث الى البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل ووصف تأثير استخدام وسائل الاعلام الرقمي على بناء المنظومة القيمية لافراد عينة البحث بأسلوب علمي دقيق، وهذا النوع من البحوث لا يقف عند حد جمع البيانات وانما يمتد مجاله لمحاولة تحليل هذه الاثار والكشف عن مستوى انعكاسها على بناء القيم والسلوكيات لجمهور مدينة بغداد ، واعتمد البحث على منهج المسح الوصفي التحليلي لكونه أنسب المناهج المستخدمة في الدراسات الاعلامية.

خامسا: مجتمع البحث وعينته

يتكون مجتمع البحث من مستخدمي وسائل الاعلام الرقمية من أفراد جمهور مدينة بغداد ، وحددت العينة الأساسية للبحث بمقدار «٣٠٠ مفردة» من افراد المجتمع العراقي في مدينة بغداد المركز، وقد تم اختيار العينة المتاحة المتوافرة في اطار نوع العينات غير الاحتمالية.

سادسا: مجالات البحث

١. المجال المكاني

اختار الباحثان مدينة بغداد « العاصمة» مجالا جغرافيا للدراسة، وذلك لكون مدينة بغداد العاصمة، كما انها تمثل اكبر المدن العراقية من حيث عدد السكان.

٢. المجال الزماني

استغرق العمل الميداني الذي قام به الباحثان في تصميم الاستمارة وتوزيعها على الجمهور واسترجاعها مدة شهر واحد وهي المدة الواقعة بين ٢٠١٧/٦/٢٥ الى ٢٠١٧/٧/٢٥ من العام نفسه.

٣. المجال البشري

يتمثل المجال البشري في سكان مدينة بغداد من الذكور والاناث البالغين، والسبب في ذلك يعود الى ان معظم سكان مدينة بغداد يمثلون المجتمع العراقي.

سابعا: اداة البحث

اعتمد الباحثان في الحصول على المعلومات اللازمة عن طريق الاستبانة والتي ضمت محاوراً عديدة لجمع البيانات والمعلومات عن موضوع البحث، فضلا عن فقرات المقياس لمعرفة تأثير استخدام وسائل الاعلام الرقمية من قبل افراد عينة البحث ، وعرضت الاستمارة والمقياس على محكمين* واخضعت لاختبار الصدق والثبات وحصلت على نسبة ثبات (٩٥٪).

ثامنا: الدراسات السابقة

تمثل الدراسات السابقة الاطار المرجعي الاساس لأي بحث وهنا يستعرض الباحثان بعض الدراسات السابقة التي تناولت تأثير الانترنت على القيم مع الحرص على ترتيبها من الاقدم الى الاحدث زمنيا لبيان تصاعد الاهتمام البحثي بهذا المجال ومن هذه الدراسات:

١. دراسة سهام ابو عطية، و سكرين المشهداني(٢٠٠٤)، (علاقة الانترنت بالقيم والاتجاهات العلمية لدى طلبة كلية العلوم التربوية في الجامعة الهاشمية)[٢]، اذ هدفت هذه الدراسة الى معرفة علاقة استخدام الانترنت والمعلومات حوله بالقيم والاتجاهات العلمية لدى طلبة الكلية، وقد تم تطبيق ثلاث أدوات. للدراسة اختبار الاتجاهات العلمية ومقياس القيم واستبيان حول استخدام الأنترنت والمعلومات التي تتعلق به، وقد تكونت عينة البحث من (١٦٦) طالبا وطالبة من كلية العلوم التربوية بواقع (١٠٢) من الاناث (٦٤) من الذكور وتم اختيار العينة بطريقة العينة العشوائية المنتظمة، وقد توصلت الدراسة الى ان هناك اختلافاً بين الطلبة الذكور والاناث في ترتيب معلوماتهم حول الانترنت واستخداماته والقيم وفق متغيرات الدراسة والتخصصات المختلفة، فضلا عن ان هناك علاقة ارتباط دالة بين القيم والوسيلة والاتجاهات العلمية.

٢. دراسة فاطمة عبد الهادي وعلاء الدين زين العابدين (٢٠١٣) (تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في القيم الاجتماعية لدى طلبة الجامعة الاردنية- دراسة اجتماعية)[٣]، هدفت هذه الدراسة الى معرفة تأثير وسائل التواصل الاجماعي في القيم الاجتماعية والدينية والسياسية لدى طلبة الجامعات الأردنية، وقد تم استخدام منهج المسح الاجتماعي وقد بلغت عينة

البحث (٨٦٦) طالباً وطالبة من اربع جامعات حكومية وجامعات خاصة في العاصمة عمان، وكان من ابرز نتائج الدراسة وجود تأثيرات على بعض القيم الاجتماعية السائدة في اوساط طلبة الجامعات الاردنية كان من ابرزها انها تعمل على تقدير قيمة العمل وقيمة الانجاز واضافة مصطلحات ومفاهيم لغوية جديدة، فضلا عن تأثيرها على قيمة الوقت والالتزام به لدى الطلبة، اما فيما يتعلق بالقيم الدينية فقد بينت نتائج الدراسة بأنها تضعف طاعة الشباب للسلطة الدينية وتتيح تفسير القران الكريم والسنة النبوية، كما كشفت نتائج الدراسة وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين استجابات الطلبة لتأثيرات تلك الوسائل، بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لتأثيرها على القيم الاجتماعية والدينية والسياسية تبعا لنوع الوسيلة المستخدمة.

٣. دراسة رباب محمد رأفت الجمال(٢٠١٣) (اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على النسق القيمي الاخلاقي للشباب السعودي- دراسة ميدانية)(٤)

هدفت هذه الدراسة في التعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على النسق القيمي والاخلاقي لدى الشباب بهدف الوصول الى اليه لتعزيز القيم الاخلاقية، وطبقت هذه الدراسة على عينة قوامها (٦٠٠) مبحوث من المجتمع السعودي وتحديدا فئة الشباب، وكان من ابرز النتائج التي توصلت اليها هذه الدراسة

ان هناك كثافة في استخدام الانترنت بوصفها وسيلة اتصال، فضلا عن ان معظم عينة البحث ونسبتهم ٨٦,٣٣٪ يستخدمون شبكات الانترنت، كما ان معدل الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي منخفض للغاية.

٤. دراسة فهد علي الطيار (٢٠١٤)(شبكات التواصل الاجتماعي واثرها على القيم لدى طلاب الجامعة " توتير إنموذجا»)(٥)، هدفت هذه الدراسة الى معرفة الاثار السلبية والايجابية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي، فضلا عن معرفة اثر شبكات التواصل الاجتماعي في تغير القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وبلغت عينة الدراسة (٢٢٧٤) طالبا من جامعة الملك سعود بالرياض، وقد تم اختيارهم بطريقة عشوائية على اختلاف تخصصاتهم العلمية، وكانت من ابرز النتائج التي توصلت اليها هذه الدراسة ان من اهم الاثار السلبية لشبكات التواصل تمثلت في التمكن من اجراء علاقات غير شرعية مع الجنس الاخر، واهمال في الشعائر الدينية، اما اهم الاثار الايجابية فكانت الاطلاع على اخبار البلد الذي نعيش فيه، تعلم امور جديدة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، وان اهم مظاهر تغيير القيم نتيجة شبكات التواصل الاجتماعي، القدرة على مخاطبة الجنس الاخر بجرأة.

٥. دراسة بيرق حسين الربيعي(٢٠١٦)(مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز القيم لدى الشباب)(٦)

هدفت هذه الدراسة الى معرفة هوية المنظومة القيمية التي شكلتها مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب، وهل استطاعت الصفحات الافتراضية ان تعزز او تقوض من القيم لدى الشباب في مجتمعاتهم، وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، وبلغت عينه البحث (٣٠) فردا «مستخدماً" مستخدمة العينة المتاحة وقد تم استخدام اداة الاستبانة لجمع البيانات من عينة البحث، اما ابرز النتائج التي توصل اليها البحث لمواقع التواصل الاجتماعي الدور في رسم الاتجاهات القيمية للافراد عبر ادراكهم لمبدأ تعدد الثقافات والأديان وحق حرية التعبير واحترام الرأي الاخر، اكثر من نصف العينة يعتقدون ان هناك خطراً تمثله مواقع التواصل الاجتماعي على المنظومة القيمية للافراد «تأثير سلبي» ويعود سبب ذلك الى الانفتاح المباح الذي اوجدته هذه المواقع، وتعد هذه الدراسة الاقرب الى موضوع دراستنا من حيث وجود بعض الفقرات التي تتعلق باستمارة الاستبانة تشترك مع بعض فقرات الاستبانة الخاص بموضوع دراستنا، الا انها تختلف عن دراستنا من حيث ان الدراسة الحالية تتعلق بالقيم لدى الشباب، في حين ان دراستنا تشمل جميع مفرادات المجتمع العراقي ومن مختلف الفئات العمرية والتخصصات العلمية.

٦. دراسة افنان محمد شعبان(٢٠١٦)(استخدام مواقع التواصل الاجتماعي" الفيسبوك" وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية)(٧)

هدفت هذه الدراسة الى معرفة تأثيرات استخدام الفيسبوك على العلاقات الاجتماعية بين الاشخاص، فضلا عن معرفة اسباب ووسائل استخدام الاشخاص للفيسبوك، وقد طبقت هذه الدراسة على عينة قوامها (١٣٠) طالباً من طلبة جامعة بغداد من الذكور والاناث في كل من كلية العلوم السياسية والزراعة والعلوم وتربية بنات حيث اقتصرت العينة على مستخدمي الفيسبوك حصرا وذلك من اجل اختبار فروض الدراسة والعلاقات الارتباطية، وكانت من ابرز نتائج التي توصلت اليها الدراسة هي وجود تأثير كبير للفيسبوك في العلاقات الاجتماعية للمستخدمين وابتعادهم عن واقعهم وقضاء اوقات طويلة امام الوسائل التي تتيح التعامل مع الفيسبوك مما يترك تأثيرات ايجابية وسلبية في المستخدمين.

تاسعا: تعريف مصطلحات البحث

١. وسائل الإعلام الرقمي

نقصد بها كل الوسائل الرقمية التي تشترك في سمة واحدة انها وسائل ترتبط بشبكة الانترنت، وقد تعددت تصنيفات ومسميات هذه الظاهرة لدى المهتمين والمتخصصين في مختلف المجالات، اذ اطلقوا عليها، الإعلام الجديد، والإعلام البديل، والإعلام الاجتماعي، وغيرها من التسميات والتي تعبر عن ظاهرة تقنية جديدة تشمل الشبكات الاجتماعية الافتراضية والمدونات والمنتديات الالكترونية والمواقع الالكترونية لوسائل الإعلام التقليدية والمجموع كانت على مواقع الفيس بوك او اليوتيوب وغيرها من الاشكال الرقمية.

ويمكن تعريف الاعلام الرقمي: هو الاعلام الذي يستخدم الوسائل الاتصالية الالكترونية كافة المتاحة على شبكة الانترنيت للوصول الى الجمهور اينما كان وكيفما يريد.

٢. المنظومة القيمية

وهي مجموعة الاحكام المعيارية التي تكون لدى الفرد عن طريق تفاعله مع المواقف والخبرات الفردية والاجتماعية وتتجسد القيم عبر الاهتمامات او الاتجاهات او السلوك العملي او اللفظي بطريقة مباشرة او غير مباشرة.

ثانيا: الاطار النظري: ١-٢

وسائل الاعلام الرقمي

اصبحت الوسائل الرقمية المستخدمة في ايصال المعلومات متوفرة في كل مكان، وتقوم ببث رسائل تحمل في مضامينها رسائل ايجابية واخرى سلبية يصعب السيطرة عليها، حتى وان تسنى ذلك لبعض الافراد او الاسر او المنظمات او الحكومات من خلال المنع.

فقد مهدت شبكات الانترنت الطريق امام المجتمعات كافة للتقارب والتعارف من خلال ربط اجزاء العالم بفضائها الواسع، وتبادل الاراء والافكار والثقافات، وتشير الدراسات الحديثة الى ان هذه التقنية الحديثة قد فتحت مجالات التواصل المعلوماتي، وساعدت على ظهور ما يسمى اليوم القرية الكونية الصغيرة التي تختفي فيها عناصر الزمان والمكان والحدود[٨](وليد،٢٠٠٩، ٢١).

وتشير بعض الدراسات الى وجود تأثير سلبي وايجابي لوسائل الاعلام الرقمي عن طريق توسيعها شبكات علاقات الفرد الاجتماعية مع الاخرين سواء على المستوى المحلي او الاقليمي او حتى الدولي، بغض النظر عن خلفياتهم السياسية والاقتصادية والاجتماعية والعرقية والجنسية... الخ[٩](وفاء، ٢٠١٢، ٣٦٠).

وقد وفرت وسائل الاعلام الرقمي للافراد فرصة تقديم انفسهم للاخرين بحرية دون قيود، بعد ان كانوا يستقبلون الرسائل من وسائل الاعلام التقليدية، وهناك ازدياد مستمر في اعداد الافراد ومن مختلف فئات المجتمع ممن يستخدمون شبكة الانترنت والتي تصل احيانا نسبة استخدامهم الى درجة الادمان، الامر الذي يؤدي الى التأثير على سلوكهم وعلى علاقاتهم الاجتماعية وطريقة التفكير والتعامل مع متغيرات الحياة[١٠](وفاء، ٢٠١٢، ٣٦٥).

ووسائل الاعلام الرقمي هي عبارة عن مواقع رقمية على الانترنت تتيح للمشتركين بها انشاء صفحات خاصة بهم يشتركون من خلالها مع اخرين بمواد متنوعة نصية، وسمعية، وحركية، وصورية، واشياء اخرى مختلفة، وقد تم انشاء العديد من المواقع التي انتشرت انتشارا واسعا في العالم وجمعت الملايين من المستخدمين وكان من الواضح ان تلك الشبكات والمواقع الاجتماعية قد احدثت تغييرا كبيرا في كيفية الاتصال والمشاركة بين الاشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات والاراء والافكار[١١](بنان ومشاعل، ٢٠٠٩).

واصبحت وسائل الاعلام الرقمية المتمثلة بالمواقع والشبكات الاجتماعية والمدونات والبوابات الاخبارية وغيرها، كثيرة جدا، ولكن يأتي موقع الفيسبوك واليوتيوب والتويتر بوصفه أبرز تلك المواقع على مستوى العالم عامة والعالم العربي خاصة، فقد زاد الاقبال عليها بشكل كبير خلال السنوات الاخيرة على الرغم من حداثة تأسيسها، حيث تأسس الفيس بوك عام ٢٠٠٣، وقد أثير الكثير من الجدل حوله على مدار الاعوام القليلة الماضية لدرجة ان بعض البلدان قامت بحجبه عن مواطنيها كسوريا وايران وكما حدث في تونس وباكستان، وقد تزايدت شعبية الموقع ليحتل المركز الثاني على مستوى العالم بعد غوغل[١٢](فهد العقيلي، ٢٠١٢، ١٨).

وتحتل الشبكة الاجتماعية الفيسبوك الاكثر رواجاً في البلدان العربية وتشير الاحصاءات بداية عام ٢٠١٧ الى وجود ما يقرب من «١٥٦ مليون» مستخدم فاعل ومتفاعل بزيادة « ٤١ مليون» مستخدم مقارنة بعام ٢٠١٦ الذي كان فيه اجمالي عدد المستخدمين في الدول العربية «١١٥ مليونا»، وجاء ترتيب العراق من بين الدول العربية بالمرتبة الرابعة بعد مصر والمملكة العربية السعودية والجزائر، اذ بلغ اكثر من « ١٣ مليون» مستخدم في بداية عام ٢٠١٧ وبنسبة «٤٠٪» من عدد السكان، وبزيادة تقدر ب»٧,٢ مليون» عن الاعوام السابقة، وبذلك يُعد الوسيلة الاعلامية الرقمية الاولى التي يستخدمها افراد المجتمع العراقي[١٣](كلية دبي للادارة الحكومية، ٢٠١٧).

اما موقع تويتر فقد جاء العراق بالمرتبة السادسة عربيا من حيث اعداد مستخدميه لعام ٢٠١٧، اذ بلغ عدد المستخدمين اكثر من «٤٠٠ الف» مستخدم وبنسبة «١٪» من السكان، اما موقع لينكد إن فقد جاء العراق بالمرتبة العاشرة عربيا حيث بلغ عدد مستخدميه بداية عام ٢٠١٧ اكثر من نصف مليون مستخدم وبنسبة «١,٣» من عدد السكان، وموقع الانستغرام فقد جاء بالمرتبة الثالثة عشرة وبلغ عدد مستخدميه مئة الف مستخدم[١٤](كلية دبي للادراة الحكومية، ٢٠١٧).

٢-٢: وسائل الاعلام والقيم

يعد موضوع القيم او المنظومة القيمية للمجتمع من الموضوعات التي اثارت اهتمام الباحثين في مختلف التخصصات المعرفية وهذا لدورها المهم في عملية البناء والتغيير الاجتماعي، وعليه تعد القيم مراة عاكسة لشخصية المجتمعات نظرا لمرونتها ونسبيتها واختلافها من مجتمع للاخر.

وبعد التطور الذي شهده مجال الاعلام بمختلف وسائله « المقروءة والمرئية والمسموعة والرقمية» نجد ان مفهوم القيم اليوم كثيرا ما يرتبط بوسائل الاعلام الجماهيرية، حيث اثارت العلاقة بين هذين المتغيرين الكثير من الإشكاليات، فأصبحت وسائل العلام احد العوامل الاساس في عملية تثبيت وتغير وخلق القيم داخل المجتمعات[١٥](تمار يوسف، ٢٠١٧، ١).

ومفهوم القيم من المفاهيم الشائعة الا انه لا يوجد اتفاق حول تعريف موحد لهذا المفهوم، فقد عرفت القيم بأنها «مجموعة من المعايير والاحكام التي تتكون لدى الفرد من خلال تفاعله مع المواقف والخبرات الفردية والاجتماعية بجيث تمكنه من اختبار اهداف وتوجهات لحياته يراها

جديرة بتوظيف امكاناته، وتتجسد خلال الاهتمامات او الاتجاهات او السلوك العلمي او اللفظي بطريقة مباشرة او غير مباشرة[١٦](فهد، ٢٠١٤، ٢٠٤). وكثرت وجهات النظر بشأن تحديد القيم، فهناك من يتجه الى التحديد الضيق للقيم على انها مجرد اهتمامات او رغبات غير ملزمة للافراد، او الجماعات في حين نجد في القطب الاخر تحديدا واسعا للقيم يراها معايير مرادفة للثقافة ككل[١٧] (ضياء، ١٩٩٦، ١٧)، وتمتاز القيم بمجموعة من الخصائص تميزها عن المفاهيم الاخرى فهي تتميز بانها ذاتية تتعلق بالطبيعة الانسانية والسيكولوجية للانسان التي تشمل الرغبات والميول والعواطف وغيرها، كما انها تتميز بالنسبية، اي تختلف من شخص لاخر ومن ثقافة لاخرى، فضلا عن كونها تتصف بالثبات النسبي لانها من موجهات السلوك، والقيم التي يتبناها الفرد شعوريا منذ طفولته، ويرتبط بها يصعب عليه التحرر منها، كما انها تمتلك القيم صفة الضدية، فلكل قيمة ضدها ما يجعل لها قطبا ايجابيا واخر سلبيا، والقطب الايجابي هو وحده الذي يشكل القيمة وغيرها من الخصائص الكثير[١٨](علي احمد، ١٩٩٦، ١٨,١٩,٢٠).

اليوم وفي ظل الفضاء الافتراضي الذي يشكل اهم انجازات ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتطور المذهل لشبكة الانترنت وانتشار التقنيات الحديثة للاتصال وتزايد تطبيقاتها في مجال الاعلام، فقد ظهر نوع جديد من الاعلام هو الاعلام الرقمي، الذي يعد ظاهرة اعلامية جديدة تتميز بسرعة الانتشار والوصول الى اكبر عدد ممكن من الجمهور وبأقصر وقت ممكن واقل تكلفة، فقد توصلت العديد من الدراسات والبحوث الميدانية الى ان هناك آثاراً كبيرة لهذا الاعلام الذي اصبح يشارك في التنشئة الاجتماعية لافراد المجتمع لاسيما الشباب والاطفال جنبا الى جنب مع الاسرة والمدرسة ودور العبادة، بل تعدى ذلك الى اخذ طريقة يشغل ادوار مؤسسات التنشئة الاجتماعية.

٣-٢: الاعلام الرقمي وتأثيره على المنظومة القيمية

تؤدي وسائل الاعلام الرقمي اليومي دورا بارزا في تغيير القيم وهذا عن طريق دخول مضامينها حياة الافراد الذي ادى بدوره الى احداث تغييرات في البناء القيمي للمجتمع عن طريق صراع بين القيم التي ينادي البعض بالتحكم بها وتأصيلها، وبين القيم المصطنعة والمنقولة من وسائل الاعلام، وهذا ما يجعل ضرورة الانتباه لهذه القضية ضرورة ملحة عندنا نحن العرب عامة.

ويعد الاعلام بوسائله نسقا جزئيا داخل نسق اكبر هو المجتمع الذي يوجد فيه، والمضامين التي ينقلها الاعلام الرقمي اليوم تؤثر في الانساق الاجتماعية الاخرى سلبيا او ايجابيا لاسيما النسق القيمي للمجتمع مما يترك اثرا كبيرا في احداث التغيرات الثقافية والمعرفية، خاصة اذا كانت هذه المضامين تحمل قيماً ومعاييراً وافكاراً تختلف عن تلك التي يتعامل بها المجتمع[١٩](تمار يوسف، ٢٠١٧، ٤٠).

ويمكن لوسائل الاعلام عامة والاعلام الرقمي خاصة ان تؤدي دورا ايجابيا عن طريق فضح القيم الفاسدة داخل المجتمع مما يؤدي الى حدوث تغيير، لان اخفاء مثل هذه القيم وعدم نشرها عبر وسائل الاعلام يؤدي الى التسامح معها وابقائها على حالها، والامثلة كثير على ذلك عن طريق

فضح قضايا الفساد المالي والإداري والأخلاقي وغيرها من القيم الفاسدة في المجتمعات العربية.

وتسهم وسائل الإعلام الرقمي اليوم بنشر قيم جديدة وتحولها إلى جزء ثابت من المنظومة القيمية للمجتمع عن طريق تنمية أنماط تفكير وعلاقات وبنى اجتماعية جديدة وتنمية قدرات وطموحات الأفراد والجماعات، عن طريق عملية تكوين الصور « معاني، ومفاهيم، وتعاليم» من اجل خلق قيم معينة لدى الفرد[٢٠](عناد، محمد، ٢٠٠١، ٢٧١).

ثالثا: نتائج الدراسة التطبيقية ومناقشتها ..

١. نتائج البيانات الديموغرافية للبحث:

جدول رقم (١) يبين البيانات الديموغرافية للمبحوثيين

المتغيرات	الفئات	اجمالي العينة		الترتيب
		التكرار	%	
النوع	ذكور	132	44%	2
	اناث	168	56%	1
العمر	18-23	87	29%	1
	23-29	77	25,7%	2
	30-35	56	18,7%	3
	36-41	48	16%	4
	42 فما فوق	32	10,7%	5
الحالة الاجتماعية	متزوج	150	50%	1
	اعزب	135	45%	2
	مطلق	8	2,7%	3
	ارمل	7	2,3%	4
المستوى التعليمي	ابتدائي	-	-	5
	متوسطة	5	1,7%	4
	اعدادي	16	5,3%	3
	جامعي	180	60%	1
	عليا	99	33%	2
نوع السكن	مع الاهل	198	66%	1
	مستقل عن الاهل	102	34%	2
المهنة	عاطل عن العمل	42	14%	3
	عمل حر	37	12,3%	4
	موظف	156	52%	1
	طالب	58	19,3%	2
	متقاعد	2	0,6%	5
المستوى الاقتصادي	منخفض من ٢٥٠الف-٥٠٠٠٠٠الف	66	22%	2
	متوسط من٦٠٠٠٠٠- مليون	50	16,7%	4
	مرتفع من مليون ومئة-الى مليون ونصف	122	40,76%	1
	عالي من مليون ونصف فما فوق	62	20,7%	3

تشير نتائج الجدول (١) الخاص بالبيانات الديموغرافية للمبحوثين الى اناث وذكور اذ ان عدد الاناث جاء بعدد تكرارات (١٦٨) انثى وبنسبة (٥٦٪)، اما عدد الذكور فقد بلغ (١٣٢) تكرار وبنسبة (٤٤٪)، وهذا يشير الى ان مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي اغلبهم من الاناث وقد يعود ذلك الى الطبيعة الاجتماعية للمجتمع، في حين يبين الجدول التوزيع العمري للمبحوثين اذ حصلت الفئة العمرية (١٨- ٢٣) سنة على المرتبة الاولى ب(٨٧) تكراراً وبنسبة (٢٩٪)، ، يتضح لنا مما تقدم ان المرحلة الشبابية هي الفئة الاكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي على اعتبار ان هذه الفئة مولعة بمعرفة كل شيء جديد يتم طرحه على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي فضلا عن انهم ابناء الجيل الرقمي المتابع لكل تقنية جديدة.

كما يتضح من بيانات الجدول في اعلاه ان فئة المتزوجين حصلت بالمرتبة الاولى ب(١٥٠) تكراراً وبنسبة (٥٠٪)، و يتبين هم من اكثر الفئات استخداما لوسائل الاعلام الرقمي والسبب في هذا يعود الى رغبتهم في الهروب من واقع الحياة الصعبة والمسؤولية الاجتماعية التي تمليها عليهم حياتهم الزوجية.

اما فئة المستوى التعليمي للمبحوثين فجاءت فئة التعليم الجامعي بالمرتبة الاولى ب(١٨٠) تكراراً وبنسبة (٦٠٪)، وهذا يدل على اهتمام المتعلمين بالتواصل واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لاسيما ان استخدام وسائل الاعلام الرقمي والاجهزة الذكية تتطلب من الشخص ان يكون على دراية بكيفية استخدامها.

اما فئة نوعة السكن فقد حلت فئة السكن مع الاهل بالمرتبة الاولى ب(١٩٨) تكراراً وبنسبة (٦٦٪)، ويتضح مما تقدم ان اغلب مستخدمي وسائل الاعلام الرقمي يعيشون في عزلة وغربة رغم انهم يسكنون مع الاهل وهذا يدل على احتلال وسائل الاعلام الرقمي النسبة الاكبر في حياة الناس اكثر من تواصلهم مع الاهل.

اما فئة مهنة المبحوثين فقد احتلت فئة موظف المرتبة الاولى ب(١٥٦) تكراراً وبنسبة (٥٢٪)، وهذا يشير الى ان الموظفين والطلاب هم اكثر الاشخاص الذين يستخدمون وسائل الاعلام الرقمي من اجل الاطلاع على اخر الاخبار والتسلية والتواصل مع الاهل والاقارب.

في حين احتلت فئة اصحاب الدخل المرتفع من المبحوثين المرتبة الاولى ب(١٢٢) تكراراً وبنسبة (٤٠,٧٪)، يتضح لنا من البيانات السابقة ان افراد المستوى الاقتصادي المرتفع هم اكثر الفئات تعرضا واستخداما لوسائل الاعلام الرقمي من بقية الفئات الاخرى.

٢. كثافة استخدام شبكة الانترنت من المبحوثين

جدول (٢) يبين استخدام الانترنت من قبل المبحوثين

استخدام الانترنت	ت	النسبة	المرتبة
نعم	300	100%	الاولى
لا	-	-	الثانية
المجموع	300	100%	

في اطار فهم علاقة عينة البحث باستخدام شبكة الانترنت وسيلة اتصالية جديدة كشفت بيانات الجدول السابق عن كثافة عالية وبشكل مطلق لكل المبحوثين، وهذا يدل على ان شبكة الانترنت اصبحت وسيلة مهمة في المجتمعات من اجل التواصل والاطلاع واستخدام بعض التطبيقات والوسائل الرقمية.

٣. نوع الوسائل الرقمية الأكثر استخداما من المبحوثين عينة البحث

جدول (٣) يبين الوسائل الرقمية الاكثر استخداما من قبل المبحوثين

الوسائل الرقمية الاكثر استخداما	ت	النسبة	المرتبة
فيس بوك	280	55,7%	الاولى
يوتيوب	110	21,9%	الثانية
مواقع القنوات الفضائية الرقمية	57	11,3%	الثالثة
تويتر	45	8,9%	الرابعة
انستغرام	4	8%	الخامسة
المدونات الرقمية	3	6%	السادسة
المكتبات الرقمية	2	4%	السابعة
البوابات الاخبارية	2	4%	السابعة مكرر
المجموع*	503	100%	

*اختيار اكثر من اجابة

تشير بيانات الجدول اعلاه الى ان اهم الوسائل الرقمية الاجتماعية التي يستخدمها اغلب افراد المجتمع عينة البحث هي شبكة الفيس بوك، فقد جاءت بالمرتبة الاولى وبدرجة كبيرة وبنسبة (٥٥,٧٪) من استجابات المبحوثين، وجاءت وسيلة اليوتيوب بالمرتبة الثانية وبدرجة متوسطة وبنسبة (٢١,٩٪) وهذا مؤشر ان الفيس بوك هو الوسيلة الاولى في العراق استخداما.

٤. معدل استخدام وسائل الاعلام الرقمي من عينة البحث

جدول (٤) يبين معدل استخدام وسائل الاعلام الرقمي من قبل المبحوثين

معدل الاستخدام	ت	النسبة	المرتبة
يوميا بانتظام	259	86,3%	الاولى
احيانا	31	10,4%	الثانية
نادرا	10	3,3%	الثالثة
لا استخدمها	-	-	-
المجموع	300	100%	

يتضح من بيانات الجدول رقم (٤) ان نسبة معدل استخدام وسائل الإعلام الرقمي من المبحوثين كانت مرتفعة جدا وبنسبة (٨٦,٣٪) من اجمالي عينة البحث، بينما جاء استخدام تلك الوسائل أحيانا بنسبة (١٠,٤٪)، وهذا يعطي مؤشر بأن هذه لوسائل أصبحت تستخدم بانتظام من أغلبية أفراد المجتمع العراقي لاسيما مجتمع المدينة.

٥- الاوقات المفضلة لاستخدام الوسائل الرقمية لدى المبحوثين:

جدول (٥) يبين اوقات تفضيل استخدام وسائل الاعلام الرقمي

الاوقات المفضلة للاستخدام	ت	النسبة	المرتبة
في الصباح	6	2,0%	الرابعة
في منتصف النهار	14	4,7%	الثالثة
في الليل	97	32,3%	الثانية
جميع الاوقات	183	61,0%	الاولى
المجموع	300	100%	

يعرض الجدول (٥) الاوقات المفضلة لدى المبحوثين في استخدام وسائل الاعلام الرقمي حيث جاءت فئة جميع الاوقات بالمرتبة الاولى بنسبة (٦١٪) وهذا يؤشر ان استخدام تلك الوسائل اصبح متاحاً في اي وقت بسبب توفر شبكة الانترنت في اي وقت واي مكان، فضلا عن سهولة استخدام الاجهزة الذكية التي اصبحت متوافرة لدى غالبية الناس لهذا الغرض.

٦. اماكن استخدام الوسائل الرقمية على شبكة الانترنت من المبحوثين عينة البحث

جدول (٦) يبين الاماكن المفضلة لاستخدام الوسائل الرقمية

الاماكن المفضلة للاستخدام	ت	النسبة	المرتبة
في المنزل	285	66,4%	الاولى
في مكان العمل	61	14,2%	الثانية
مع الاصدقاء	56	13%	الثالثة
في المؤسسة التعليمية	15	3,5%	الرابعة
في المقهى الافتراضي	12	2,9%	الخامسة
المجموع*	429	100%	

*اختيار اكثر من اجابه.

يتبين من الجدول (٦) اعلاه ان من بين الاماكن المفضلة لدى المبحوثين لاستخدام وسائل الاعلام الرقمي هي المنزل اذ احتلت المرتبة الاولى وبنسبة (٦٦,٤٪)، وجاء مكان العمل بالمرتبة الثانية وبنسبة (١٤,٢٪)، اما المقاهي الافتراضية فقد جاءت بالمرتبة الاخيرة وبنسبة (٢,٩٪) وهذا مؤشر على اختفاء وانتفاء الحاجة لهذه المقاهي التي شهدت انتشارا واسعا في بدايات دخول شبكة الانترنت للعراق بعد عام ٢٠٠٣، فضلا الى تطور تقنية شبكة الأنترنت التي أصبحت متاحة للجميع وفي كل الأماكن والأوقات وبطرائق متعددة.

٧. الاجهزة الذكية والاكترونية الاكثر استخداما من المبحوثين عينة البحث

جدول (٧) يبين الاجهزة الذكية والالكترونية الاكثر استخداما من قبل المبحوثين

الاجهزة الذكية والالكترونية	ت	النسبة	المرتبة
الهاتف النقال	276	54,2%	الاولى
لابتوب (الكمبيوتر الخاص)	146	28,7%	الثانية
كمبيوتر ثابت	87	17,1%	الثالثة
المجموع*	509	100%	

*اختيار اكثر من اجابة يتضح من بيانات الجدول (٧) ان من اهم الاجهزة الذكية والالكترونية التي يستخدمها المبحوثين للولوج الى وسائل الاعلام الرقمي هي جهاز الهاتف النقال المحمول حيث جاء ب(٢٧٦) تكرارا وبنسبة (٥٤,٢٪) من استجابات المبحوثين وهذا نتيجة التطور التقني لهذه الاجهزة الذكية والسهولة في حملها واستخدامها والسرعة التي تمتاز بها هذه الهواتف، وجاء جهاز لابتوب المحمول بالمرتبة الثانية وبنسبة (٢٨,٧٪) من الاستجابات وبذلك نجد ان المبحوثين يفضلون استخدام الاجهزة المحمولة بشكل اكبر.

٨- الغرض من استخدام وسائل الاعلام الرقمي لدى عينة البحث

جدول (٨) يبين الغرض من استخدام وسائل الإعلام الرقمي

الغرض من الاستخدام	ت	النسبة	المرتبة
الدردشة مع الاصدقاء والاقارب	238	20,1%	الاولى
الاطلاع على الاخبار والموضوعات المهمة	218	18,30%	الثانية
الاستماع للاغاني والموسيقى	129	10,8%	الرابعة
الالعاب	78	6,5%	السادسة
متابعة الاعلانات	51	4,3%	التاسعة
مشاهدة الافلام والمسلسلات	179	15,0%	الثالثة
التسوق عبر الانترنت	59	4,9%	الثامنة
الاطلاع على تطورات البحث العلمي	120	10,1%	الخامسة
بث ونشر الصور ومقاطع فديوية	76	6,4%	السابعة
لانجاز بعض الاعمال	43	3,6%	العاشرة
المجموع*	1191	100%	

*اختيار اكثر من اجابة تشير بيانات الجدول (٨) الى ان الغرض من استخدام وسائل الاعلام الرقمي جاءت لغرض الدردشة مع الاصدقاء والاقارب بالمرتبة الاولى ب(٢٣٨) تكراراً وبنسبة (٢٠,١٪)، اما لغرض الاطلاع على الاخبار والموضوعات المهمة بالمرتبة الثانية ب(٢١٨) تكراراً وبنسبة (١٨,٣٠٪)، اما المرتبة الثالثة فجاءت لغرض مشاهدة الافلام والمسلسلات على قنوات موقع اليوتيوب ب(١٧٩) تكراراً وبنسبة (١٥٪)، وجاءت المرتبة الرابعة لغرض الاستماع للاغاني والموسيقى ب(١٢٩) تكراراً وبنسبة (١٠,٨٪)، واحتلت باقي الفئات المراتب الاخرى، وهذا يعطي

مؤشرا ان معظم المبحوثين يتفقون على ان الغرض لاستخدام تلك الوسائل هو من اجل التواصل مع الاصدقاء والاقارب والدردشة في موضوعات مختلفة، فضلا عن الاطلاع على الاخبار والموضوعات المنشورة على تلك الوسائل، ومشاهدة الافلام والمسلسلات ومقاطع الفديو التي تبث عبر قنوات مواقع التواصل الاجتماعي والاستماع الى الاغاني والموسيقى وبالتالي ينعكس ذلك على العادات والتقاليد والذوق العام والسلوك والقيم الاجتماعية في المجتمع بشكل ايجابي او سلبي.

٩- مدى ثقة المبحوثين بصدق مضمون ما يقدم في وسائل الاعلام الرقمي

جدول (٩) يبين ثقة المبحوثين بمضمون وسائل الاعلام الرقمي

وسائل الاعلام الرقمي	اثق بها		اثق بها لحد ما		لا اثق بها		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الفيس بوك	102	34%	178	59,3%	20	6,7%	300	100%
اليوتيوب	86	28,7%	140	46,7%	74	24,6%	300	100%
مواقع القنوات الفضائية الرقمية	52	17,3%	154	51,3%	94	31,4%	300	100%
تويتر	30	10	76	25,3%	194	64,7%	300	100%
انستغرام	-	-	5	1,7%	295	98,3%	300	100%
المدونات الرقمية	2	0,6%	35	11,7%	263	87,7%	300	100%
المكتبة الرقمية	3	1%	87	29,0%	210	70%	300	100%
البوبات الاخبارية	صفر	-	13	4,3%	287	95,7%	300	100%

تشير بيانات الجدول (٩) الى ان معدل ثقة المبحوثين في مضمون ما يقدم في وسائل الاعلام الرقمي متباينة، وقد احتلت شبكة الفيس بوك المرتبة الاولى بفقرة اثق بها وبنسبة (٣٤٪) فقط بينما جاءت فقرة اثق بها لحد ما بالمرتبة الاولى وبنسبة (٥٩,٣٪) وهذا مؤشر ان وسيلة الفيس بوك هي الاكثر ثقة لدى المبحوثين بمضمون ما يقدم من خلالها، وجاء موقع اليوتيوب بالمرتبة الثانية وبنسبة (٢٨,٧٪)، بينما جاءت الثقة بشكل منخفض جدا لباقي المواقع والتطبيقات، وهذا ما يؤكد ان الافراد يستخدمون او يعتمدون على مصادر اتصالية لا يثق بها او يثق بها لحد ما، الا انها تقدم لهم مساحة من الحرية في التعبير عن الاراء والخصوصية، وهذا البحث جاء ليؤكد ان اغلب افراد المجتمع العراقي يتجهون نحو شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك بالدرجة الاولى ثم المواقع والتطبيقات الاخرى.

١٠. محور التأثيرات الايجابية المترتبة على استخدام وسائل الإعلام الرقمي والتعرض لمحتواها من المبحوثين..

جدول (١٠) يبين استجابات المبحوثين على محور التأثيرات الايجابية المترتبة على استخدام وسائل الاعلام الرقمي

التأثيرات الايجابية لاستخدام وسائل الاعلام الرقمي	اتفق			اتفق لحد ما			لا اتفق			مج	٪
	ك	%	م	ك	%	م	ك	%	م		
تساعد على اختصار الوقت والجهد في العمل	180	60%	6	99	33%	11	21	7%	14	300	100%
اسهمت في زيادة الوعي الصحي	143	47,7%	11	135	45%	1	22	7,3%	13	300	100%
اقامة علاقات مع الجنس الآخر وتخطي حاجز الخجل	85	28,3%	19	94	31,3%	13 مكرر	121	40,3%	1	300	100%
مخاطبة الآخرين بحرية وجراءة	148	49,3%	10	127	42,3%	5	25	8,3%	12	300	100%
متابعة اخبار المشاهير	143	47,7%	11 مكرر	114	38%	7	43	14,3%	7	300	100%
تعلم مهارات وخبرات جديدة في مختلف المجالات	214	71,3%	5	81	27%	14	5	1,7%	18	300	100%
البحث عن معلومة علمية جديدة	226	75,3%	2	71	23,7%	17	3	1%	20	300	100%
التعبير بحرية عن الرأي والمعتقدات	167	55,7%	10	114	38%	7	19	6,3%	15	300	100%
شراء وبيع بعض السلع التجارية	136	45,3%	14	112	37,3%	8	52	17,3%	6	300	100%
الاطلاع على اخبار البلد	229	76,3%	1	67	22,3%	18	4	1,3%	19	300	100%
خلق تواصل مع الأقارب والأصدقاء	216	72%	4	79	26,3%	15	5	1,7%	16	300	100%

الشعور بالمسؤولية	122	40,7%	15	104	34,7%	10	74	24,7%	3	300	100%
زيادة الانتماء للوطن والارض	108	36%	17	131	43,7%	3	61	20,3%	5	300	100%
زيادة الوعي والالتزام الديني	98	32,7%	18	122	40,7%	6	80	26,7%	2	300	100%
معرفة اتخاذ المواقف اتجاه الاخرين	138	46%	13	130	43,3%	4	32	10,7%	8	300	100%
اقامة علاقات شخصية مع مختلف الاشخاص	140	46,7%	12	132	44%	2	28	9,3%	19	300	100%
ترسيخ القيم والمبادئ والاخلاق الحسنة	115	38,3%	16	122	40,7%	6	63	21%	4	300	100%
تعلم امور جديدة تحقق طموحي	176	58,7%	9	106	35,3%	9	18	6%	16	300	100%
الانفتاح على الثقافات الاخرى وتعريف الاخرين بثقافتنا	217	72,3%	3	76	25,3%	16	7	2,3%	17	300	100%
احترام الذات وخصوصية الاخرين	179	59,7%	7	95	31,7%	12	26	8,7%	11	300	100%

يبين الجدول (١٠) ان هناك اتفاقاً في استجابات المبحوثين حول معظم فقرات مقياس التأثيرات الايجابية المترتبة على استخدام وسائل الاعلام الرقمي، فقد جاءت الفقرة رقم (١١) «الاطلاع على اخبار البلد» بالمرتبة الاولى ب(٢٢٩) تكراراً وبنسبة (٧٦,٣٪) من استجابات المبحوثين، وهذا يتفق مع العديد من الدراسات السابقة حول اثار شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية ومنها "دراسة فهد بن علي الطيار ٢٠١٤-٢٠١٥" [٢١] وجاءت الفقرة (٧) في المرتبة الثانية « البحث عن معلومة جديدة» ب(٢٢٦) تكراراً وبنسبة (٧٥,٣٪)، وجاءت الفقرة (٢) « الانفتاح على الثقافات الاخرى وتعريف الاخرين بثقافتنا» بالمرتبة الثالثة ب(٢١٧) تكراراً وبنسبة (٧٢,٣٪) وجاءت الفقرة (١٢) « خلق تواصل مع الاقارب والاصدقاء» بالمرتبة الرابعة ب(٢١٦) تكراراً وبنسبة (٧٢٪) ، وجاءت الفقرات الاخرى حسب التكرارات والنسب التي احتلتها، وكانت الفقرة رقم (٣) « اقامة علاقات مع الجنس الاخر وتخطي حاجز الخجل» قد احتلت المرتبة الاخيرة ب(٨٥) تكراراً وبنسبة (٢٨,٣٪) وبذلك لم يتفق حولها المبحوثون حيث جاءت اجاباتهم بعدم الاتفاق ب(١٢١) تكراراً وبنسبة (٤٠,٣٪) وبذلك تكون هذه الفقرة الوحيدة التي لم يتفق عليها المبحوثون بكونها من الاثار الايجابية المترتبة على استخدام تلك الوسائل الرقمية.

١١. محور التأثيرات السلبية المترتبة على استخدام وسائل الاعلام الرقمي والتعرض لمحتواها من المبحوثين:

جدول (١١) يبين استجابات المبحوثين على محور التأثيرات السلبية المترتبة على سلوك جراء استخدام وسائل الاعلام الرقمي

التأثيرات السلبية على السلوك عند التعرض لوسائل الاعلام الرقمي	اتفق			اتفق الى حدا ما			لا اتفق				
	ك	%	م	ك	%	م	ك	%	م	مج	%
الاهمال في تأدية الشعائر الدينية	91	30,3%	14	111	37%	11	98	32,7%	8	300	100%
الاهمال والتقصير في اداء العمل	87	29%	16	122	40,7%	4 مكرر	91	30,3%	9	300	100%
شجع على اقامة علاقات غير شرعية مع الجنس الاخر	144	48%	2	75	25%	16	111	37%	6	300	100%
ضعف الانتماء للوطن والهوية العربية	52	17,3%	22	100	33,3%	13	148	49,3%	2	300	100%
ساهمت بعدم الاهتمام بالدراسة وحب التعلم	100	33,3%	12	114	38%	9	86	28,7%	11	300	100%
ساعدت على الاعجاب وتقليد النجوم الفنية والرياضية	102	34%	10	115	38,3%	8	83	27,7%	12	300	100%
ساهمت بممارسة التدخين وشرب الخمور والمخدرات	62	20,7%	21	80	26,7%	18	158	52,7%	1	300	100%
زيادة حدة الخلافات بين الاشخاص في الاراء	128	42,7%	5	122	40,7%	4 مكرر	50	16,7%	18	300	100%
تتسبب في هدر الوقت	167	55,7%	1	98	32,7%	17	35	11,7%	21	300	100%
تعلم مهارات وكلمات دخيلة على المجتمع	134	44,7%	3	122	40,7%	4	44	14,7%	20	300	100%
تساعد على مصاحبة اصدقاء السوء	79	26,3%	18	97	32,3%	14	124	41,3%	4	300	100%

تشجع على عدم احترام خصوصية الجيران والاصدقاء	79	26,3%	18 مكرر	96	32%	15	125	41,7%	3	300	100%
استخدامها يؤدي الى التشتت الفكري	89	29,7%	15	142	47,3%	1	69	23%	16	300	100%
ادت الى حدوث فجوة بيني ووبين افراد الاسرة	94	31,3%	13	119	39,7%	5 مكرر	87	29%	10	300	100%
يتسبب طول الاستخدام في خلق مشاكل داخل الاسرة	102	34%	11	122	40,7%	4 مكرر	76	25,3%	14مكرر	300	100%
تضعف مشاركتي في المناسبات الاسرية والاجتماعية للاهل والاقارب والاصدقاء	76	25,3%	19	118	39,3%	6	106	35,3%	7	300	100%
ساهمت بالادمان على الاغاني والموسيقى	69	23%	21	83	27,7%	16	148	49,3%	2مكرر	300	100%
شجعت في تقليد الحياة الغربية بين الاشخاص	83	27,7%	17	103	34,3%	12	114	38%	6	300	100%
ادت الى العزلة وضعف التفاعل مع الاهل والمجتمع	105	35%	9	119	39,7%	5	76	25,3%	14	300	100%
تسببت بعدم احترام خصوصية الاصدقاء بنشر صور ومعلومات غير مرغوب فيها	109	36,3%	8	112	37,3%	10	79	26,3%	13	300	100%
ساعدت على الهروب من مواجهة الواقع	114	38%	7	116	38,7%	7	70	23,3%	15	300	100%
اثر استخدامها على العادات والتقاليد الاجتماعية داخل الاسرة	116	38,7%	6	125	41,7%	2	59	19,7%	17	300	100%
ادى استخدامها الى ظهور قيم جديدة تعارض قيم المجتمع السائدة	131	43,7%	4	124	41,3%	3	45	15%	19	300	100%

تشير بيانات الجدول (١١) ان هناك تباين في الاتفاق على فقرات المقياس الخاص بالتأثيرات السلبية المترتبة على استخدام افراد المجتمع لوسائل الاعلام الرقمي والتعرض لمحتواها حيث هناك اتفاق على بعض الفقرات وعدم اتفاق على فقرات اخرى.

اذ جاءت بالمرتبة الاولى اتفاق المبحوثين على فقرة رقم (٩) « تتسبب في هدر الوقت» ب(١٦٧) تكراراً وبنسبة (٥٥,٧٪) وجاءت هذه النتيجة مخالفة لما توصلت اليه نتيجة دراسة«فهد ٢٠١٤،ص٢١٣».

بينما احتلت الفقرة رقم (٣) « تشجع على اقامة علاقات غير شرعية مع الجنس الاخر» بالمرتبة الثانية في اتفاق المبحوثين لكونها من التأثيرات السلبية المترتبة على استخدام المبحوثين لوسائل الاعلام الرقمي ب(١٤٤) تكراراً وبنسبة (٤٨٪) من استجاباتهم، وجاءت الفقرة رقم (١٠) «تعلم مهارات وكلمات دخيلة على المجتمع» بالمرتبة الثالثة في اتفاق استجابات المبحوثين ب(١٣٤) تكراراً وبنسبة (٤٤٪)، واحتلت الفقرة (٢٣) « ادى استخدامها الى ظهور قيم جديدة تعارض قيم المجتمع السائدة» بالمرتبة الرابعة في اتفاق المبحوثين ب(١٣١) تكراراً وبنسبة (٤٣,٧٪).

وتشير نتائج البحث ايضا على عدم اتفاق المبحوثين على التأثيرات السلبية المترتبة على استخدام وسائل الاعلام الرقمي في الفقرة (٧) « ساهمت بممارسة التدخين وشرب الخمور والمخدرات» حيث احتلت المرتبة الاولى بعدم اتفاق المبحوثين على تلك الفقرة لكونها من الاثار السلبية نتيجة استخدام تلك الوسائل ب(١٥٨) تكراراً وبنسبة (٥٢,٧٪)، كما لم يتفق المبحوثون على الفقرة رقم (٤) « ضعف الانتماء للوطن والهوية العربية» وفقرة رقم (١٧) « ساهمت بالادمان على الأغاني والموسيقى» حيث جاءت بالمرتبة الثانية ب(١٤٨) تكراراً وبنسبة (٤٩,٣٪) لكل منهما. ومن خلال بيانات الجدول أعلاة يتبين ان هناك تبايناً في اراء واجابات المبحوثين حول فقرات المقياس وبالتالي يمكن أن نستنتج من ذلك ان اختلاف الفئات العمرية والجنس كان له الأثر في تباين تلك النتائج.

الاستنتاجات

١. يتضح من نتائج البحث ان الفئات العمرية في المجتمع العراقي الاكثر استخداما لوسائل الاعلام الرقمي هي الفئة الشبابية وهذا يؤشر ضرورة الانتباه والاهتمام بها عن طريق المتابعة والتوجيه والتنشئة الاجتماعية الصحيحة للاستخدام الامثل لهذه التقنية الجديدة.

٢. يتبين من بيانات البحث ان وسائل الاعلام الرقمي على شبكة الانترنت تحظى بأهمية خاصة من افراد المجتمع العراقي ولها حظوة وتأثيرات لدرجة اصبح « الفيسبوك» الوسيلة الاولى تقريبا للاستخدام والزيارات وهذا ما تؤكده الدراسات الحديثة ان اكثر من «١٣ مليون» من افراد المجتمع العراقي يستخدمون الفيسبوك وبنسبة «٤٠٪» من السكان لعام ٢٠١٧[٢٢] (كلية دبي للادارة الحكومية، ٢٠١٧).

٣. تظهر نتائج البحث ان هناك ارتفاعاً في معدل الاستخدام اليومي لوسائل الاعلام الرقمي بين افراد المجتمع العراقي وخاصة سكان المدينة، وهذا يعطي مؤشراً ان اعتماد الافراد اصبح اليوم كبيرا على تلك الوسائل في الحصول على المعلومات والاطلاع على الاراء والافكار وبمختلف اشكالها وانواعها، وهذا نتيجة الظروف التي يمر بها البلد لاسيما الاوضاع الاقتصادية والاجتماعية من ارتفاع نسبة البطالة والفقر والأمية والصراعات السياسية والازمات الامنية.

٤. عن طريق بيانات البحث نجد ان مستوى الثقة بمضمون وسائل الإعلام الرقمي لم تحظ بالثقة الكبيرة على الرغم من ارتفاع نسبة مستخدمي تلك الوسائل وذلك كون المنشورات سواء كانت « مكتوبة او مرئية أو صورية» ممكن ان تخضع الى التزييف والتحريف وبالتالي تؤثر سلبا على مستوى الثقة لدى المستخدمين.

٥. أظهرت نتائج البحث اعتماد أفراد المجتمع العراقي على الأجهزة الذكية« الهاتف النقال» في استخدام شبكة الأنترنت والوسائل الرقمية والوسائط المتعددة وبذلك يكون العراق بين الدول العربية الأكثر استخداما لتلك الأجهزة.

٦. أوضحت نتائج البحث ان الغرض الرئيس من استخدام وسائل الإعلام الرقمي في العراق هي من اجل التواصل بين الأصدقاء والأقارب، فضلا عن الاطلاع على الأخبار والموضوعات المهمة التي تهم الجمهور، فضلا عن الاستماع للاغاني والموسيقى ومشاهدة الأفلام والمسلسلات وبذلك نجد ان الهدف الرئيس من ذلك يتجه نحو تحقيق المعرفة والترفيه.

٧. أظهرت نتائج البحث ان هناك تأثيرات ايجابية مترتبة في استخدام وسائل الإعلام الرقمي بأشكالها وانواعها عبر زيادة المعرفة بالموضوعات الاجتماعية والصحية والسياسية والتعليمية وغيرها، عن طريق الاطلاع على اخبار البلد والعالم والبحث عن المعلومات الجديدة، فضلا عن إنها وفرت فرصة الانفتاح على الثقافات الأخرى وتعريف الاخرين بثقافتنا وغيرها من القيم والسلوكيات الإيجابية.

٨. تؤشر نتائج البحث على الرغم من التباين في استجابات المبحوثين ان هناك تأثيرات سلبية كبيرة مترتبة على استخدام وسائل الإعلام الرقمي وهي تفوق التأثيرات الإيجابية من وجهة نظر المبحوثين تمثلت في انها تتسبب في هدر الوقت، فضلا عن انها تشجع على إقامة علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر وهذا ما يتعارض مع منظومة القيم الاجتماعية في المجتمع العراقي وغيرها من السلبيات الكثير التي تؤدي في النهاية إلى تغيير المنظومة القيمية للمجتمع والفرد نحو اعتناق عادات وقيم وتقاليد وثقافات دخيلة على المجتمع.

المصادر والهوامش

١. ماجد الزيود، الشباب والقيم في عالم متغير، ط٢، عمان، دار الشروق، ٢٠١١، ص١١.

٢. * لجنة المحكمين:

أ.م.د. هادي عبدالله- استاذ الاعلام المتخصص- كلية الاعلام- جامعة بغداد.

أ.م.د.حسين رشيد- استاذ الاعلان- كلية الاعلام- جامعة بغداد.

أ.م.د. طالب عبد المجيد علاوي- استاذ التخطيط الاعلامي- كلية الاعلام- جامعة بغداد.

أ.م.د. سعد كاظم- استاذ الصحافة- كلية الاعلام- جامعة بغداد

م.د. غالب الدعمي- استاذ الاعلام الجديد- قسم الاعلام- جامعة اهل البيت- كربلاء.

ابو عطية سهام، المشهداني، سكرين، علاقة الانترنت بالقيم والاتجاهات العلمية لدى طلبة كلية العلوم التربوية في الجامعة الهاشمية، مجلة مركز البحوث التربوية، قطر، عدد(٢٦)، ص١٦٥-٢٠٠.

٣. زين العابدين، فاطمة عبدالهادي علاء الدين، تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في القيم الاجتماعية لدى طلبة الجامعات الاردنية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدراسات العليا، الجامعة الاردنية، ٢٠١٤، ص١-١٢.

٤. رباب رأفت محمد الجمال، اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الاخلاقي للشباب السعودي- دراسة ميدانية، جامعة الملك عبد العزيز، كلية الاعلام، ٢٠١٣.

٥. فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي واثرها على القيم لدى طلاب الجامعة تويتر انموذجا، بحث منشور في المجلة العربية للدراسات الامنية والتدريب، مجلد ٣١، العدد "٦١" ، الرياض، ٢٠١٤، ص١٩٣-٢٠١.

٦. الربيعي، بيرق حسين جمعة، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز القيم، بحث منشور في وقائع المؤتمر الدولي "الاعلام ووسائل التواصل الاجتماعي والتسويق الالكتروني، عمان- الاردن، ٢٠١٦، ص٢-٢٩.

٧. افنان محمد شعبان، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية، جامعة بغداد، مجلة الباحث الاعلامي، عدد ٤٩، ٢٠١٦، ص٢٢٢.

٨. وليد ابراهيم المهوس، اثر منتديات الشبكة العالمية في رفع مستوى القراءة الحرة لدى طلاب وطالبات المرحلة الثانوية، مجلة القراءة والمعرفة، الجمعية المصرية للقراءة والمعرفة، جامعة عين شمس، القاهرة، العدد٩٦، ٢٠٠٩، ص٢١.

٩. وفاء حافظ عبدالسلام، الانعكاسات الاجتماعية للانترنت كأحد اشكال التكنولوجيا الرقمية. دراسة وصفية مطبقة على عينة من طلاب جامعة القاهرة، المؤتمر الدولي الخامس والعشرون لكلية الخدمة الاجتماعية بجامعة حلوان، مصر، ج٩، ٢٠١٢، ص٣٦٠.

١٠. المصدر نفسه، ص٢٢٢.

١١. بنان الدخيل ومشاعل البشر، المواقع الاجتماعية وتأثيرها على المجتمع السعودي، الرياض، ٢٠٠٩.

١٢. فهد بن عبدالعزيز العقيلي، الاعلام الرقمي، ماهيته، انواعه، اثاره، الرياض، ٢٠١٢، ص١٨، بحث منشور على الموقع الالكتروني: http//:naussedu.sa

١٣. تمار يوسف، وسائل الاعلام والقيم، بحث منشور على شبكة الانترنت ، ٢٠١٧، ص١، على الموقع الالكتروني:

http//:temmar youcef.ab.mo

١٤. كلية دبي للادارة الحكومية، الاعلام الاجتماعي العربي، الاصدار السابع من سلسلة دراسات مستمرة، شباط، ٢٠١٧، منشور على شبكة الانترنت على الموقع: http//:weedoo.tech

١٥. المصدر نفسه

١٦. ضياء زاهر، القيم في العملية التربوية، مصر الجديدة، مركز الكتاب للنشر، ١٩٩٦، ص١٧.

١٧. علي احمد الجمل، القيم ومفاهيم التاريخ الاسلامي، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٦، ص١٨-١٩-٢٠.

١٨. تمار يوسف، وسائل الاعلام والقيم، مصدر سابق، ص١.

١٩. عناد ابراهيم احمد، محمد المهدي الشافعي، علم الاجتماع التربوي، الانساق الاجتماعية التربوية، ليبيا، ٢٠٠١، ص٢٧١.

٢٠. الاعلام الاجتماعي العربي، كلية دبي للادارة الحكومية، احصائيات الفيسبوك في الدول العربية، ٢٠١٧، الاصدار السابع في سلسلة دراسات مستمرة، شباط، ٢٠١٧ منشورة على الموقع الالكتروني: https://weed.tech.

References

Committee of Arbitrators:

١. Asst. Prof. Hadi Abdalla, Ph.D. University of Baghdad ,College of Mass Media .

2. Asst. Prof. Hussein Rashid , Ph.D. University of Baghdad ,College of Mass Media .

3. Asst. Prof. Abdul Majid Allawi, Ph.D. University of Baghdad ,College of Mass Medi

4. Asst. Prof.Saad Kadhim , Ph.D. University of Baghdad ,College of Mass Media .

5. Instr. Ghaleb Al-Da'mi. Ahl Albayt University, Karbla ,College of Mass Media.

1- Al -Tayyar,F.,B.(2014). Social Networking and its Impact on Values among University Students, Twitter Model, Research published in the Arab Journal of Security Studies and Training, Vol.8, No.1.

2- Abu Attieh,S.,and Al Mashhadani,S.,(2004). The Internet Relation to the Values and Scientific Attitudes of the Students of the Faculty of Educational Sciences at the Hashemia University, Journal of Educational Research Center, Qatar, No.(2).P:165-200.

3- Zine El Abidine, Fatima A.,(2014). "The Effect of Social Communication in Social Values among Jordanian University Students", unpublished PhD Thesis, Graduate School, University of Jordan, p: 1-12.

4- Al-Jammal,R.,R.(2013). The Effect of Using Social Networks on Forming the Ethical Values of Saudi Youth - A Field Study, King Abdulaziz University, Media College.

5- Al-Rubaie, B., H.(2016).Social Networking and its role in promoting values, research published in the Proceedings of the International Conference "Media and the means of social communication and electronic marketing", Amman, Jordan, (2-29).

6- Afnan M., S., (2016).The use of social networking sites Facebook and its impact on social relations, University of Baghdad, Journal of Media Researcher, No. 49, p. 222.

7- Al-Mahous,W.,I.(2009). The Impact of the World Wide Web Forums on Raising the Level of Free Reading among High School Students, Reading and Knowledge Magazine, Egyptian Society for Reading and Knowledge, Ain Shams University, Cairo.No1.P:21.

8-Abdel Salam,W.,H.(2012). The Social Implications of the Internet as a Form of Digital Technology. A descriptive study applied to a sample of Cairo University students, the 25th International Conference of the Faculty of Social Work, (9th ed). p. 360.Helwan University, Egypt.

9-.(2012). The Social Implications of the Internet as a Form of Digital Technology. A descriptive study applied to a sample of Cairo University students, the 25th International Conference of the Faculty of Social Work, (9th ed). p. 222.Helwan University, Egypt.

10-Ahmed,A., A., and Al - Shafei,M.,M.(2001). Sociology of Education, Social and Educational Approaches, Libya

11-http//:naussedu.sa

12-Al-Aqili,F.,B.(2012).Digital media, its importance, effects, and its ruselts.Riyadh,2012,p:18.

http//:naussedu.sa

13- Al-Dakhil ,B.,and Al-Beshr,A.,(2009). Social Sites and Their Impact on the Saudi Society, Saudi Arabia :Riyadh.

14- Al- Gamal, A.,A.(1996).Values and Concepts of Islamic History, Cairo, World of Books, pp. 18-19-20 .

15- Al-Ziyoud, M.(2011). Youth and Values in a Changing World, (2nd ed) , Amman: Dar Al-Shorouk, p: 11.

16- Diaa Z., (1996).Values in the Educational Process. Egypt :The Book Center for Publishing, p.

17-Dubai School of Government, Arab Social Media, (2017), (7th ed) a series of continuous studies published on the Internet http//:weedoo. tech

18- Youssef, T.,(2017).Media and Values, research published on the Internet: http//:temmar youcef.ab.mo

19- .,(2017).Media and Values, research published on the Internet.P:1.: http//:temmar youcef.ab.mo

20- Arab Social Media, Dubai School of Government, Facebook Statistics in Arab Countries, (2017), 7th issue in a series of continuous studies: https://weed.tech